



LA
FÓRMULA
PERFECTA
PARA QUE
TU PÁGINA
DE VENTAS
SEA TODO
UN ÉXITO

JOSE COPYWRITER



www.josecopywriter.com

made with
Beacon

Inicio

1. Antes de empezar

2. Y... ¿quién eres tú? Te estarás preguntando

3. Parte 1 -Facebook Ads

4. Parte 2 - Página de ventas

5. Esto tiene pinta de estar acabando... ¿me equivoco?

Antes de empezar

¡Hola!

Antes de empezar déjame agradecerte tu suscripción con un enorme abrazo virtual. :)

He creado esta guía con toda mi ilusión para ayudarte a mejorar tu estrategia de ventas con una fórmula que me está funcionando de maravilla.

Antes de entrar en materia me gustaría aclararte algunas cosas.

Vender no es un proceso matemático. **Existen métodos y fórmulas que te ayudarán a conseguir mejores resultados, pero no existe la magia.**

Ojalá existiera...

Tampoco quiero hacerte perder el tiempo. Para usar esta fórmula necesitarás tener conocimientos avanzados de Facebook Ads y alguna que otra idea de copywriting.

¿Qué vas a aprender en esta guía?

El camino que yo sigo para conseguir que mis clientes vendan sus productos y servicios con la ayuda de Facebook Ads y una buena página de ventas.

Esto es como cocinar una buena receta. Antes de empezar debes preparar todos los ingredientes en la mesa.

Los ingredientes son:

- Una cuenta publicitaria de Facebook Ads.
- El píxel de seguimiento de Facebook bien instalado en tu página web.
- Un público objetivo bien segmentado.
- Una web donde colgar tu página de ventas

Y... ¿quién eres tú? Te estarás preguntando

Perdón, soy un maleducado. Debería haberme presentado al principio...

Lo soluciono en un santiamén.

Me llamo Jose Luis Morales y nací en Cádiz, en el año 1989 (sí, tuve la suerte de crecer en los 90's).

Soy de esa generación en la que salíamos a la calle a jugar a la pelota, con una bolsa de canicas, un estuche lleno de tazos y la GameBoy en el bolsillo (hasta que tu madre te llamaba por la ventana para que entraras a merendar, eso era sagrado).

No sé si soy yo o es mi percepción de seudoviejuno, pero en esa época crecíamos con más libertad e ingenio. Usábamos la creatividad para resolver pequeños problemas. No teníamos límites. ¡Éramos libres!

En mi caso particular, fui creciendo a medida que merendaba Phoskitos y jugaba al Super Mario Bros en mi Nintendo.

¿Se podía ser más feliz? Yo creo que no. :)

En la actualidad, sigo siendo un poco ese niño.

Me apasiona la creatividad y conservo ese amor por Nintendo y los videojuegos en general (tal vez porque me trasladan de un plumazo a aquella época tan feliz).

En cuanto a mi historia profesional, la verdad es que no es muy común.

Cuando terminé la carrera, a la semana ya estaba trabajando. Sí, a la semana... (¿ves como no es muy común?).

No era un trabajo que me apasionara (ni por asomo), pero al final siempre dices:

"Soy un tío con suerte, acabo de terminar de estudiar y ya estoy trabajando en una oficina".

Tenía todos los ingredientes para ser feliz, pero no lo era.

Era un trabajo inerte en el que no había espacio para la creatividad y todos los días eran iguales. Un aburrimiento, vaya.

En 2016 decidí romper con esa rutina, pero tranquilo, ¡no me lancé a lo loco!

Nunca me desconecté del marketing digital, porque era un mundo que me atraía sobremanera.

Sin darme cuenta iba ampliando mi formación a medida que leía blogs y libros de la temática.

Un día **mi cerebro hizo clic y decidí que quería dedicarme a lo que de verdad me apasionaba:**

La publicidad.

Dentro de ese universo inmenso había una parte que me fascinaba: el poder que tenían las palabras para cambiarte la percepción de un producto y vendértelo. Me parecía algo mágico.

Yo quería ser quien escribiera esas palabras.

Y aquí estoy, viviendo de lo que realmente me gusta y trabajando como un loco para que mis clientes consigan vender más. Pero como se suele decir: sarna con gusto no pica.

Ahora sí que sí...todo está listo para empezar con la guía. Ya me conoces un poquito mejor y sabes todo lo que necesitas tener para seguir sin problemas todo el proceso.

Jose, ¡dame la fórmula de una vez!

Tranquilo que ya empiezo. Palabrita.

Voy a dividir el proceso en 2 partes:

- **Facebook Ads**
- **Página de ventas**

Por Facebook Ads voy a pasar un poco de puntillas y solo te contaré lo estrictamente necesario.

No puedo explicarte al detalle toooooodos los pasos que tienes que dar en Facebook Ads para crear una campaña. Esto se convertiría en un libro en vez de en una guía. : D

¡Empezamos!

Parte 1 - Facebook Ads

En la primera parte del camino tendrás que usar Facebook Ads y sacar al social media manager que llevas dentro.

¿Qué vas a conseguir con Facebook Ads?

Pues muy sencillo: **llevar tráfico a tu web.**

Ya sabes que existen 2 caminos para vender en internet. Uno largo y otro corto.

El largo consiste en estar generando contenido SEO continuamente para posicionar palabras claves y atraer tráfico orgánico.

El problema de este método viene cuando tienes a 50 más intentando posicionar lo mismo que tú.

Una de 2, o eres un genio como Dean Romero, o lo pasarás realmente mal...

Por suerte existe el camino corto, que es el que te voy a enseñar yo.

Olvídate por ahora de conseguir tráfico orgánico y céntrate en conseguir tráfico pagado con Facebook Ads. A la larga ahorrarás hasta dinero.

Jose, ¿cómo voy a ahorrar si le estoy pagando a Facebook?

- Porque empezarás a vender antes (no tendrás que esperar a que Google posicione tu web).
- Porque para posicionar tendrás que escribir mucho y, salvo que tengas todo el tiempo del mundo, tendrás que contratar a un redactor SEO (y eso también cuesta dinero).

Me has convencido. ¿Qué tengo que hacer exactamente en Facebook Ads?

Una campaña de “conversiones en el sitio web” para llevar tráfico a tu página y poder medir todos los resultados con el píxel de seguimiento. Te dejo aquí abajo un enlace a la herramienta para que la tengas a mano:

<https://www.facebook.com/ads/manage/powereditor/>

Como te dije al principio, no voy a profundizar mucho en este apartado, pero para que entiendas mejor la herramienta te explicaré todo lo que necesitas saber para usar esta fórmula.

Facebook Ads se divide en 3 grandes capas (campañas, grupos de anuncios y anuncios). Cuando creamos una nueva campaña tenemos que definir a la perfección estas 3 capas.

- **Campaña:** aquí es donde tienes que seleccionar el objetivo principal que quieres conseguir con tu estrategia. En este caso **elige “conversiones en el sitio web”** para que Facebook te muestre las estadísticas del píxel de seguimiento que tengas instalado en tu web (recuerda que debes configurar la conversión personalizada que quieras medir en el power editor).
- **Grupos de anuncio:** en esta capa **selecciona el público al que quieras dirigirte.** Puedes segmentar por edad, sexo, ciudad, gustos, intereses... A veces da un poco de miedo, pero la segmentación que se consigue con esta herramienta es brutal.
- **Anuncio:** en el último nivel se encuentran los anuncios. Son las creatividades que verá la gente. Se pueden hacer varios anuncios. Yo **te recomiendo que prepares 2, para poder comparar cuál funciona mejor** en las estadísticas.

Resumiendo, tienes que:

- Seleccionar la opción de “conversiones en el sitio web” en campañas.
- Segmentar lo mejor que puedas a tu audiencia.
- Crear 2 anuncios diferentes para ver cuál funciona mejor en las estadísticas.

Puedes empezar con una inversión de unos 2-3 euros al día e ir subiendo poco a poco cuando veas que las estadísticas acompañan.

Una vez completado el paso 1 toca vestirse de copy y continuar con la estrategia.

Parte 2 - Página de ventas

Se acerca la magia. Ya tienes tu campaña publicitaria de Facebook Ads montada y tu público objetivo segmentado a la perfección.

Y ahora... ¿a dónde mando a toda esa gente?

Pues a tu nueva y flamante página de ventas (que estás a un paso de crear).

De nada sirve que hagamos una campaña brillante en Facebook Ads si llevamos a la gente a una página de ventas mal estructurada y sin chicha.

En esta guía te voy a mostrar una estructura todoterreno que se adapta a la mayoría de productos y servicios digitales.

Esta fórmula la aprendí en el curso *Adopta un Copywriter* de Javi Pastor. Estoy seguro de que ya sabes quién es, pero por si las moscas te dejo aquí un enlace a su blog. Es un maldito genio.

<http://www.javipastor.com/>

Y ¿cómo se llama la fórmula?

Los 7 fantásticos

Como ya te he dicho, esta fórmula es todoterreno y puedes usarla para vender el 90% de productos y servicios que existen en internet.

Eso sí, para escribir una página de ventas perfecta tienes que haber realizado previamente una investigación profunda de tu competencia y de todos tus públicos.

Con esa investigación conseguirás mucha información, pero ahora quiero que te centres en 2 cosas:

- **Los puntos de dolor de tus clientes.**
- **Los beneficios más valorados de tu producto y servicio.**

¿Puntos de dolor? Creo que me he equivocado de sitio, me voy...

¡No te vayas! Todo tiene una explicación. ;)

Los puntos de dolor son esas grandes verdades que tus clientes evitan ver. Nuestra misión será encontrarlas y ponérselas en la cara.

Si lo haces bien, conseguirás tocarle la patata a tu buyer persona (tu potencial cliente).

Recuerda esto: si no produces emociones con tus textos, no venderás un pimiento.

Ejemplo: ¿Llevas 6 meses creando contenido SEO y en tu web no entra ni el tato?

Una vez termines toda tu investigación, llega la hora de ponerse a escribir la página de ventas.

Para ponértelo fácil, te dejaré más abajo un esquema de la famosa fórmula de la que te he hablado.

Los 7 fantásticos, la fórmula que te hará triunfar con tus páginas de ventas

Voy a simplificarte al máximo todo el proceso.

Mi objetivo es enseñarte qué debes poner en cada parte de la fórmula.

Para ello, voy a utilizar ejemplos muy básicos para que lo entiendas a la perfección y puedas aplicar la fórmula en tu negocio.

HAZ UNA PREGUNTA QUE DUELA

SITUA AL LECTOR

(BLOGGER)

SITUA AL LECTOR

(TIENDA)

PRESENTA LA SOLUCIÓN

FOTO

MUESTRA TESTIMONIOS

PON UN CASO DE ÉXITO DE BLOGGER

PON UN CASO DE ÉXITO DE TIENDA

MUESTRA TODAS LAS ESTADÍSTICAS QUE PUEDES

BOTÓN DE COMPRA

Voy a indicarte qué debes poner en cada apartado para que te hagas una idea de cómo quedaría una vez rellena.

PARTE 1 – Haz una pregunta: imagínate que tras investigar a tu público objetivo descubres que lo que necesitan es conseguir tráfico en sus webs. Hazles una pregunta que les duela como la que te puse antes:

Ejemplo: ¿Llevas 6 meses creando contenido SEO y en tu web no entra ni el tato?

PARTE 2 – Sitúa al lector: antes de empezar con la página de ventas en sí, sitúa al lector si tienes varios públicos objetivos.

Ejemplo BLOGGER: ¿Tienes un blog supercurrado, pero no consigues suscriptores?

Ejemplo TIENDA: ¿Ya no sabes qué hacer para aumentar las ventas de tu tienda online?

PARTE 3 – Presenta la solución: tu producto o servicio será la solución a todos esos problemas. Ponlo bien claro.

Ejemplo: FACEBOOK ADS + PÁGINAS DE VENTA= VENDE SIN TENER NI UNA KEYWORD POSICIONADA

PARTE 4 – Testimonios: usa los comentarios y las opiniones de clientes que hayan probado tu producto o servicio y estén satisfechos. Estos testimonios son una fuente de ventas, créeme.

Ejemplo Testimonio: “Trabajar con él es un auténtico placer, siempre lucha por conseguir lo mejor para sus clientes”.

PARTE 5 – Casos de éxito: si tienes casos de éxito probados con tu producto o servicio, tienes oro. Da igual que sean en texto o en vídeo, pero inclúyelos.

Ejemplo BLOGGER: “Tras usar esta fórmula aumenté mis suscriptores un 20% en solo una semana”.

Ejemplo TIENDA: “No conseguía meter tráfico en mi tienda online, pero gracias a Facebook Ads ahora todo marcha sobre ruedas”.

PARTE 6 – Estadísticas: muestra gráficas, números, CTR, etc. Todo lo que tengas que pruebe que lo que estás contando es 100% verdad.

PARTE 7 – Vende: crea un botón que se vea con claridad con una llamada a la acción clara.

Ejemplo: **QUIERO USAR ESTA FÓRMULA**

Voilà! Página de venta terminada.

Esto tiene pinta de estar acabando... ¿me equivoco?

No, no te equivocas. Ya hemos llegado al final.

Espero haberte ayudado a conocer todos los entresijos de esta fórmula que tantas alegrías me está dando.

Sé que puede resultarte un poco abrumadora al principio, es mucha información de golpe y hay detalles que me salto para hacer la guía más ágil.

¡Paciencia! Cuando lleves 3 te parecerá fácil y escribirás tus propias páginas de venta con los ojos cerrados.

Voy a ir cortando ya que me enrolló más que una persiana y ya van más de 2000 palabras...

Solo me queda agradecerte de nuevo la confianza que has depositado en mí al suscribirte a mi lista. Espero que esta fórmula te dé las mismas alegrías que me ha dado a mí.

Si necesitas algo de ayuda para poner la fórmula en práctica puedes ponerte en contacto conmigo desde el correo **contacto@josecopywriter.com**

Un abrazo y bienvenido a la familia.

¡Nos vemos pronto!